



INTERGASTRA 2018

METRO präsentiert neue Eigenmarken und digitale Lösungen

Düsseldorf/Stuttgart, 02.02.2018 – Innovative Produkte und Services, die Gastronomen die Arbeit erleichtern, präsentiert METRO Deutschland vom 3. bis 7. Februar 2018 auf der INTERGASTRA in Stuttgart. Auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie stellt METRO seine neu eingeführten Eigenmarken sowie digitale Lösungen für die Gastronomie vor. Fachvorträge und Kochshows, unter anderem mit METRO-Markenbotschafter Tim Raue, runden den Auftritt des Großhandelsunternehmens ab.

Auf rund 600 Quadratmetern zeigt sich METRO Deutschland den Besuchern der INTERGASTRA 2018. In vier Bereichen können sich die Gäste rund um die Angebote und Services des Großhandelsunternehmens und seiner Kooperationspartner informieren. Den Schwerpunkt bilden die neuen Eigenmarken von METRO und die digitalen Lösungen, die in Zusammenarbeit mit dem Partnerunternehmen HORECA.digital angeboten werden. Außerdem warten verschiedene Services der METRO darauf, von den Besuchern entdeckt zu werden. „Mit unserer Messepräsenz auf der INTERGASTRA wollen wir unsere Leitkundengruppe aus dem Bereich Restaurantbetriebe mit neuen Produkten inspirieren und neue Wege aufzeigen, wie sie ihr Geschäft verbessern können“, erklärt Thomas Storck, CEO von METRO Deutschland.

Eigenmarken angepasst an die Bedürfnisse der Kunden

2018 ist für METRO das Jahr der Eigenmarken. Um sich noch stärker an den Bedürfnissen der Gastronomie auszurichten, hat das Großhandelsunternehmen bereits im vergangenen Jahr sein Eigenmarkensortiment überarbeitet und drei neue Eigenmarken eingeführt: METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium. Zum Auftakt des Eigenmarkenjahres erhalten diese auf der INTERGASTRA besonderen Raum. Auf außergewöhnliche, kulinarische Weise bieten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der METRO ACADEMY um Leiter Steffen Schwarz den Gästen die Produkte zum Probieren an. „Unsere neuen Eigenmarken orientieren sich an den Bedürfnissen der Gastronomie“, betont Christian Krüger, Leiter HoReCa bei METRO Deutschland. „Auf der INTERGASTRA laden wir die Besucher ein, die neuen Artikel kennenzulernen.“

Mit digitalen Lösungen in die Zukunft

Nicht nur mit den neuen Eigenmarken geht METRO einen Schritt in Richtung Zukunft. Das Großhandelsunternehmen unterstützt seine Kunden gemeinsam mit seinem Partner HORECA.digital im Prozess der Digitalisierung und bietet vielfältige Lösungen an, die den Gastronomen die tägliche Arbeit erleichtern. Die Messebesucher haben unter anderem die Möglichkeit, das neue Online Reservierungs-Tool zu testen oder sich kostenlos eine Gastro-Homepage einrichten zu lassen. Weitere Partner, die Lösungen wie das iPad-Kassensystem „Orderbird“, die effiziente und cloudbasierte Dienstplanung Planday oder das Personalmanagement-Tool „Frag Paul“ entwickelt haben, sind ebenfalls am Stand vertreten. „Das Potenzial der Digitalisierung schöpfe vielen Gastronomen bislang noch nicht aus“, sagt Thomas Storck. „Mit den digitalen Lösungen unserer Partner helfen wir Ihnen dabei, von dieser Entwicklung zu profitieren.“

Buntes Rahmenprogramm mit Kochshows und Fachvorträgen

Im „Genusstheater“ verbindet METRO Deutschland unterhaltsame Kochshows mit informativen Vorträgen, moderiert durch René Kaplick, unter anderem zum Thema Digitalisierung der Gastronomie. Highlight ist das Showkochen von METRO-Markenbotschafter Tim Raue am Montag, 5. Februar, ab 12:30 Uhr, der seine Gäste mit einem kulinarischen Gaumenschmaus aus METRO-Eigenmarkenprodukten verzaubern wird. Ebenfalls am Montag lädt die Meistervereinigung Gastronom Baden-Württemberg zum Wettbewerb „Die zehn Besten“ in das Atrium auf dem Messegelände. Als Kooperationspartner des Vereins unterstützen die METRO Großmärkte der Region den Wettbewerb mit dem Sponsoring der Warenkörbe.

Partner für ein optimales Sortiment

Weitere Partner der METRO präsentieren ihre Produkte und Kompetenz in einem eigenen Bereich des Messestandes. Unter anderen zeigt Unilever Food Solutions sein „Kochwerkstatt“-Konzept, das Unternehmen Kreyenhop & Kluge seine asiatischen Produkte. Weine stellt die Firma Mack & Schühle vor – Verkostung inklusive. Und auch an der Cocktailbar können die Messebesucher leckere Getränke aus Zutaten von herba cuisine und Ponthier aus Frankreich probieren. Darüber hinaus können sich die Gäste in den METRO-Servicewelten zum Beispiel über den Lieferservice der METRO sowie die Kundenbetreuung informieren.



Bildunterschrift: Auf dem rund 600 Quadratmeter großen Stand von METRO Deutschland können sich die Besucher der INTERGASTRA 2018 rund um die Angebote und Services des Großhandelsunternehmens und seiner Kooperationspartner informieren.

Die Verwendung des Bildes ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Cash & Carry Deutschland GmbH betreibt mit mehr als 14.000 Mitarbeitern 104 Cash & Carry-Märkte in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens, das international in 25 Ländern mit rund 750 Märkten aktiv ist. METRO Cash & Carry ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2016/17 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von rund 37 Mrd. €. Das Unternehmen liefert maßgeschneiderte Lösungen für die lokalen und internationalen Bedürfnisse seiner Groß- und Einzelhandelskunden. Mit seinen Vertriebsmarken METRO/MAKRO Cash & Carry und Real sowie Belieferungsservices und Digitalisierungsinitiativen setzt METRO die Standards von morgen: für Kundenfokussierung, digitale Lösungen und tragfähige Geschäftsmodelle. Mehr Informationen unter www.metroag.de.

Kontakt

METRO Cash & Carry Deutschland GmbH
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7A || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969 – 5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de